



À **Monsieur le Procureur de la République**
Tribunal judiciaire de Nanterre
179-191 avenue Joliot Curie
92020 NANTERRE CEDEX

A Lyon, le 15 décembre 2022

PLAINTÉ

POUR :

Réseau “Sortir du nucléaire”, association agréée pour la protection de l’environnement et régie par la loi du 1^{er} juillet 1901 – Représentée par Marie Frachisse

CONTRE :

Orano et sa publicité intitulée « *Surprenez-vous, rejoignez-nous !* » relative à l’économie circulaire

Orano est une société anonyme au capital social de 132.076.389 euros, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Nanterre le 27 mai 2013 sous le numéro 330 956 871, et dont le siège social est 125 avenue de Paris – 92320 Châtillon.

A L'HONNEUR DE VOUS EXPOSER CE QUI SUIT

1. CONTEXTE

Orano (qui a repris les activités de cycle du combustible nucléaire d'Areva) est une multinationale française du secteur de l'énergie, œuvrant principalement dans les métiers du nucléaire.

Orano SA se définit sur son site Internet de la manière suivante :

« Opérateur international reconnu dans le domaine des matières nucléaires, Orano apporte des solutions aux défis actuels et futurs, dans l'énergie et la santé. Son expertise ainsi que sa maîtrise des technologies de pointe permettent à Orano de proposer à ses clients des produits et services à forte valeur ajoutée sur l'ensemble du cycle du combustible. »

« Orano entend par son activité contribuer à la lutte contre le réchauffement climatique en développant l'accès à l'électricité compétitive et bas carbone pour tous, à la préservation des ressources via le recyclage et à la santé par la médecine nucléaire notamment dans la lutte contre le cancer. »

La multinationale intervient dans de nombreux domaines :

- l'extraction du minerai d'uranium naturel,
- la conversion et l'enrichissement du minerai en vue de l'utiliser comme combustible dans les réacteurs nucléaires,
- le retraitement du combustible usé,
- le démantèlement d'installations nucléaires,
- l'accompagnement de l'exploitant,
- les activités d'ingénierie,
- le transport, l'entreposage et la gestion de la matière nucléaire,
- des interventions dans le domaine de la médecine nucléaire.

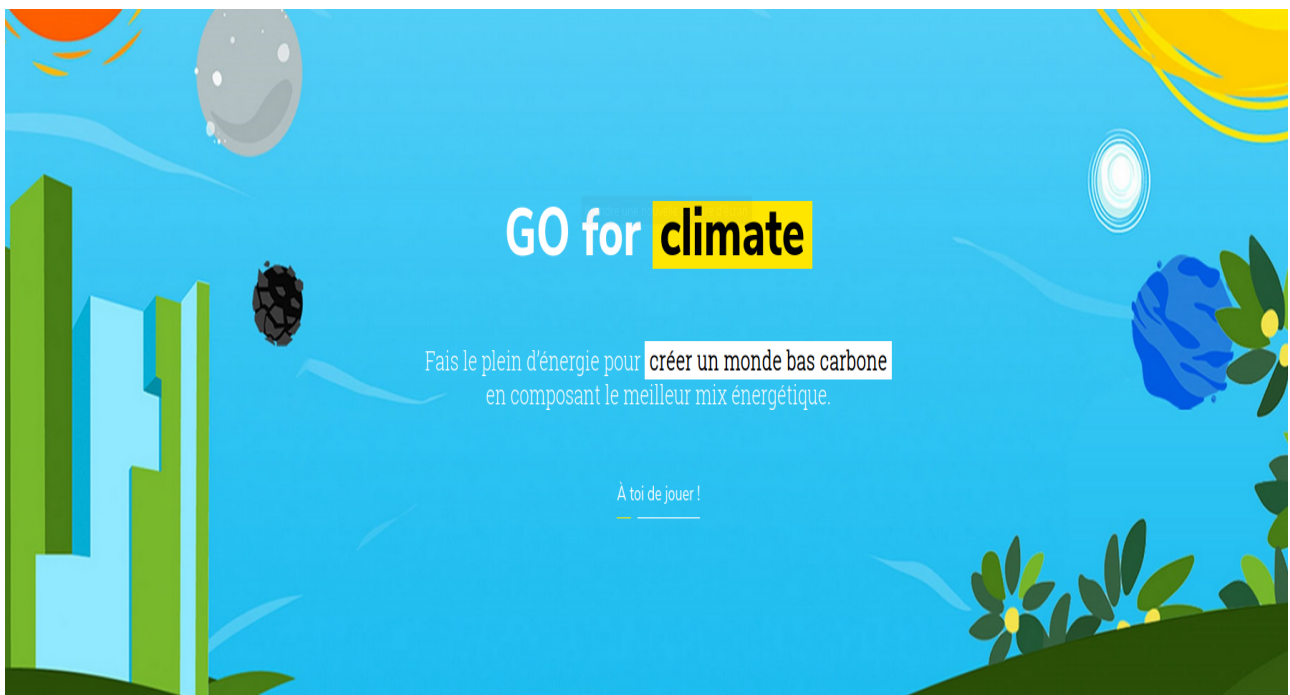
Cette entreprise fait pleinement partie de l'industrie nucléaire : elle se décrit d'ailleurs comme possédant une expertise internationale unique sur le cycle du nucléaire.

En ce sens, le groupe est chargé de manipuler des produits dangereux, polluants, très toxiques et explosifs.

Pourtant, Orano cherche à renvoyer au public l'image d'une entreprise éco-responsable, agissant en faveur de l'environnement et du climat.

Depuis plusieurs années, sa technique de communication se concentre sur l'urgence climatique en vantant une production électrique qualifiée régulièrement de bas carbone, décarbonée, neutre en carbone, sans émission de CO2.

A titre d'exemple, il est possible de retrouver, en regardant seulement la page d'accueil du site d'Orano, plusieurs articles consacrés à la place du nucléaire dans la lutte contre le changement climatique.



(Sur la page d'accueil d'Orano)

Le dérèglement climatique et les enjeux environnementaux sont au cœur des préoccupations actuelles.

Mais le groupe va encore plus loin en utilisant l'argument du recyclage des combustibles pour donner l'image d'une industrie fonctionnant en circuit fermé.

2. PUBLICITÉ EN CAUSE

PUBLICIT

VOUS NE LE SAVEZ PAS ENCORE...

Vous pouvez faire DU NEUF, AVEC DU VIEUX

dans le nucléaire

"Rien ne se perd, tout se transforme" comme dit Tadao.

NUCLÉAIRE

De nos jours, s'il y a un domaine où l'on fait tout pour y arriver, c'est bien dans le recyclage nucléaire !

Et ce que vous ne savez pas,

c'est que VOUS pouvez rejoindre cette industrie de pointe, pour nous aider à perfectionner notre savoir-faire et nous renouveler.

Aujourd'hui, nous sommes déjà capables de réutiliser

des matières recyclables d'un combustible qui à la base est complètement

USÉ

KO FINITO

Et sûrement que demain, avec

VOUS

ON FERA ENCORE MEILLEUR !

Voilà maintenant vous savez ce que VOUS pouvez apporter aux grands challenges de l'économie circulaire !

SURPRENEZ-VOUS REJOIGNEZ-NOUS

orano

RENDEZ-VOUS SUR :
www.orano.group/fr/carrieres/surprenez-vous
📷 🐦 📘 in 📺

La publicité litigieuse s'inscrit dans une campagne de recrutement, lancée par le groupe Orano, intitulée « *Surprenez-vous, rejoignez-nous !* ».

Elle apparaît sur plusieurs supports, à savoir :

- le site Internet d'Orano;
- dans les journaux (**PIECE N°1**) ;
- sur les réseaux sociaux.

Il s'agit d'une publicité de recrutement qui fait la promotion de l'entreprise en valorisant le produit qu'elle fournit.

L'objectif de celle-ci est de convaincre les destinataires en affirmant que le nucléaire est une source d'énergie respectueuse du climat et de l'environnement et que c'est la raison pour laquelle il faut rejoindre le groupe Orano.

Elle vante notamment les capacités de recyclage des matières nucléaires :

« Rien ne se perd, tout se transforme, comme dit l'adage NUCLÉAIRE »

« Aujourd'hui, nous sommes déjà capables de réutiliser 96 % des matières recyclables d'un combustible qui à la base est complètement USÉ »

« Maintenant vous savez ce que vous pouvez apporter aux grands challenges de l'économie circulaire !

« SURPRENEZ-VOUS, REJOIGNEZ-NOUS ! »

Elle présente le nucléaire comme étant une industrie à la pointe de l'économie circulaire grâce à ses capacités de recyclage des combustibles usés générés par les centrales.

Cette publicité tente de donner le change face aux critiques récurrentes liées aux déchets radioactifs générés par l'industrie nucléaire, dont les rayonnements présentent un risque pour la santé et l'environnement et pour lesquels aucune solution de stockage n'existe à l'heure actuelle (pour la partie des déchets les plus dangereux).

Cette publicité est construite comme une bande dessinée. Elle est divisée en cases de lecture.

Cette publicité d'Orano s'apparente à une pratique commerciale trompeuse en vertu du Code de la consommation.

C'est dans ces circonstances qu'est introduite la présente plainte.

3. DISCUSSION JURIDIQUE

L'association plaignante démontrera que la publicité d'Orano est une pratique commerciale (3.1.), qu'Orano est l'auteur de cette pratique commerciale (3.2), que l'association RSDN est recevable à agir (3.3.) et que cette pratique commerciale est trompeuse (3.4.).

L'article L. 132-2 du Code de la consommation punit de deux ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende les pratiques commerciales trompeuses mentionnées aux articles L. 121-2 à L. 121-4 du même code.

3.1. Sur le caractère de pratique commerciale de la publicité d'Orano

C'est une directive issue du droit européen qui donne la définition de pratique commerciale :

« toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d'un professionnel, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit au consommateur. »

Selon le Code consolidé de la chambre de commerce et d'industrie internationale (ci-après, « Code ICC »)¹, la publicité se définit comme :

« toute forme de communication commerciale pratiquée par les médias, habituellement en échange d'un paiement ou d'une autre contrepartie de valeur ».

Il ajoute que la notion de communication commerciale s'entend de :

« toute forme de communication produite directement par un professionnel de la communication ou en son nom et destinée principalement à promouvoir un produit ou à influencer le comportement des consommateurs ».

¹ Le Code ICC est une norme de référence pour l'ARPP et, par voie de conséquence, pour le JDP.

Dans son avis n° 373/15 publié le 22 juillet 2015 "EDF Alsace", le JDP indique, à propos d'un visuel d'EDF mettant en exergue la mention « 100 % d'électricité produite sans émission de CO2 en Alsace » que celui-ci « ne se borne pas à présenter objectivement des informations relatives aux activités d'EDF » et que, par sa présentation, « il a pour but de mettre en valeur l'action de la société et, le cas échéant, d'influencer le comportement des consommateurs de plus en plus sensibles aux problématiques environnementales. Il ne revêt donc pas un caractère purement informatif, mais promotionnel, et constitue ainsi une publicité pouvant faire l'objet d'une plainte devant le Jury »².

Aussi, dans son avis n° 746/21 "EDF", le JDP précise que :

« en vertu des articles 2 et 3 de son règlement intérieur, dont le contenu est repris à l'article 2 du règlement intérieur en vigueur depuis le 9 juin 2021, il lui appartient de se prononcer sur le respect des règles déontologiques par tout « message publicitaire », commercial ou non commercial, à l'exclusion des messages de nature politique ou syndicale. Constitue un message publicitaire tout contenu porté à la connaissance du public par une personne publique ou privée ou pour son compte, et qui vise à assurer la promotion d'une marque que celle-ci exploite, d'un produit ou d'un service qu'elle propose, de cette personne ou d'une personne qui lui est liée, ou encore d'une action qu'elle mène ou d'une cause qu'elle défend. Le caractère promotionnel, qui se distingue du caractère purement informationnel, s'apprécie notamment au regard de la nature de la communication, de l'objet sur lequel elle porte, des termes employés, de la mise en scène ou des visuels utilisés et des incitations que le message comporte explicitement ou qu'il induit. En l'espèce, le Jury constate que les allégations contestées figurent sur une page du site internet EDF qui ont manifestement pour objet de vanter les mérites de l'énergie nucléaire que produit cette société. Ces communications ne sauraient être regardées comme purement informatives. Elles promeuvent le recours à l'une des solutions commercialisées par l'entreprise. A ce titre, elles constituent à l'évidence des publicités, dont le Jury est compétent pour apprécier la conformité aux règles déontologiques qu'il a pour mission d'appliquer. »

S'agissant de la campagne publicitaire « *Surprenez-vous, rejoignez-nous !* », elle présente de manière subjective des informations relatives aux activités d'Orano SA, dans un objectif de recrutement.

En indiquant qu'« *Aujourd'hui nous sommes déjà capables de réutiliser 96 % des matières recyclables d'un combustible qui à la base est complètement usé* », la publicité d'Orano SA met à l'honneur un cycle du combustible qui reste de l'ordre du fictif. Cette publicité influence alors le comportement des destinataires de celle-ci, de plus en plus sensibles aux problématiques environnementales.

Il s'agit donc d'une publicité faisant la promotion de l'entreprise recruteuse en valorisant les produits et services qu'elle fournit.

En conséquence, la publicité d'Orano entre dans le champ des pratiques commerciales.

3.2 Sur l'auteur de cette pratique commerciale

Orano (qui a repris les activités de cycle du combustible nucléaire d'Areva) est une multinationale française du secteur de l'énergie, œuvrant principalement dans les métiers du nucléaire.

Orano SA se définit sur son site Internet de la manière suivante :

« Opérateur international reconnu dans le domaine des matières nucléaires, Orano apporte des solutions aux défis actuels et futurs, dans l'énergie et la santé. Son expertise ainsi que sa maîtrise des technologies de pointe permettent à Orano de proposer à ses clients des produits et services à forte valeur ajoutée sur l'ensemble du cycle du combustible. »³

² <https://www.jdp-pub.org/avis/cdf-alsace-internet/>

³ <https://www.orano.group/fr/groupe/groupe-industriel-international>

« Orano entend par son activité contribuer à la lutte contre le réchauffement climatique en développant l'accès à l'électricité compétitive et bas carbone pour tous, à la préservation des ressources via le recyclage et à la santé par la médecine nucléaire notamment dans la lutte contre le cancer. »⁴

La multinationale intervient dans de nombreux domaines :

- l'extraction du minerai d'uranium naturel,
- la conversion et l'enrichissement du minerai en vue de l'utiliser comme combustible dans les réacteurs nucléaires,
- le retraitement du combustible usé,
- le démantèlement d'installations nucléaires,
- l'accompagnement de l'exploitant,
- les activités d'ingénierie,
- le transport, l'entreposage et la gestion de la matière nucléaire,
- des interventions dans le domaine de la médecine nucléaire.

Cette entreprise fait pleinement partie de l'industrie nucléaire : elle se décrit d'ailleurs comme possédant une expertise internationale unique sur le cycle du nucléaire.

Le dérèglement climatique et les enjeux environnementaux sont au cœur des préoccupations actuelles.

Mais le groupe va encore plus loin en utilisant l'argument du recyclage des combustibles pour donner l'image d'une industrie fonctionnant en circuit fermé.

La publicité en cause apparaît sur plusieurs supports, à savoir :

- le site Internet d'Orano;
- dans les journaux ;
- sur les réseaux sociaux.

Chacune de ces apparitions affiche clairement le logo d'Orano (voir flèche bleue ci-dessous) :



Il ne fait donc aucun doute qu'Orano est un professionnel du secteur nucléaire et est l'auteur de cette publicité et donc de cette pratique commerciale.

3.3 Sur la recevabilité à agir du Réseau "Sortir du nucléaire"

L'association Réseau "Sortir du nucléaire" est une association de protection de l'environnement exerçant son activité sur l'ensemble du territoire national, agréée au titre de l'article L. 141-1 du Code de l'environnement par

⁴ <https://www.orano.group/fr/groupe/raison-d-etre-engagements>

arrêté ministériel du 14 septembre 2005 (JORF du 1^{er} janvier 2006, p. 39), agrément renouvelé par arrêté du 28 janvier 2014 (JORF du 5 février 2014, p. 2092) et le 8 décembre 2018 (constaté par arrêté du 31 mai 2021, JORF n° 0211 du 10 septembre 2021, texte n° 5).

Elle a notamment pour objet de :

- « - lutter contre les pollutions et les risques pour l'environnement et la santé que représentent l'industrie nucléaire et les activités et projets d'aménagement qui y sont liés (création ou extension d'installations nucléaires de base, construction de lignes à haute tension, programmes de recherche et de développement, etc.)
- informer le public et susciter la participation des citoyens à cette lutte
- promouvoir et veiller à la diffusion et au développement d'une information environnementale et sanitaire vraie et loyale
- agir pour que les règles relatives à la sûreté et à la sécurité nucléaires ainsi qu'au transport des substances radioactives soient appliquées conformément au principe de prévention inscrit à l'article 3 de la Charte de l'environnement
- faire œuvre d'éducation populaire, et notamment contribuer à la gestion équilibrée et durable des ressources énergétiques par une éducation à l'environnement (utilisation rationnelle de l'énergie, information sur les énergies renouvelables...) ».

Cette association a donc toute légitimité pour dénoncer les pratiques commerciales trompeuses créant la confusion et le doute dans l'esprit du public, et contrevenant ainsi aux efforts d'information et d'éducation populaire qu'elle fournit. **(PIÈCE N°2)**

En conséquence, l'association Réseau "Sortir du nucléaire" est recevable à agir en qualité de personne morale.

3.4 Sur la pratique commerciale trompeuse

La loi distingue deux sortes de pratiques commerciales trompeuses : les actions trompeuses et les omissions trompeuses. Dans les deux cas, le « consommateur » est incité à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise en d'autres circonstances.

Concernant les actions trompeuses, il s'agit des pratiques commerciales qui contiennent ou véhiculent des éléments faux qui sont susceptibles d'induire en erreur le consommateur moyen, ou bien des éléments vrais mais présentés de telle façon qu'ils conduisent au même résultat.

Le Code de la consommation précise qu'une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes :

« 1° Lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial ou un autre signe distinctif d'un concurrent ;

2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants :

- a) L'existence, la disponibilité ou la nature du bien ou du service ;
- b) Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir : ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, notamment au regard des règles justifiant l'apposition des mentions "fabriqué en France" ou "origine France" ou de toute mention, signe ou symbole équivalent, au sens du code des douanes de l'Union sur l'origine non préférentielle des produits, sa quantité, son mode et sa date de fabrication, les conditions de son utilisation et son aptitude à l'usage, ses propriétés et les résultats attendus de son utilisation, notamment son impact environnemental, ainsi que les résultats et les principales caractéristiques des tests et contrôles effectués sur le bien ou le service ;
- c) Le prix ou le mode de calcul du prix, le caractère promotionnel du prix notamment les réductions de prix au sens du I de l'article L. 112-1-1, les comparaisons de prix et les conditions de vente, de paiement et de livraison du bien ou du service ;
- d) Le service après-vente, la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation ;

- e) La portée des engagements de l'annonceur, notamment en matière environnementale, la nature, le procédé ou le motif de la vente ou de la prestation de services ;
- f) L'identité, les qualités, les aptitudes et les droits du professionnel ;
- g) Le traitement des réclamations et les droits du consommateur ;
- 3° Lorsque la personne pour le compte de laquelle elle est mise en œuvre n'est pas clairement identifiable ;
- 4° Lorsqu'un bien est présenté comme étant identique à un bien commercialisé dans un ou plusieurs autres Etats membres alors qu'il a une composition ou des caractéristiques différentes. »

L'article L. 132.2 du Code de la consommation punit d'un emprisonnement de deux ans et d'une amende de 300 000 euros les pratiques commerciales trompeuses. Le montant de l'amende peut être porté, de manière proportionnée aux avantages tirés du délit, à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel, calculé sur les trois derniers chiffres d'affaires annuels connus à la date des faits, ou à 50 % des dépenses engagées pour la réalisation de la publicité ou de la pratique constituant ce délit. Ce taux est porté à 80 % dans le cas des pratiques commerciales trompeuses mentionnées aux b et e du 2° de l'article L. 121-2 lorsqu'elles reposent sur des allégations en matière environnementale.

Pour attirer l'attention des citoyens sur leurs produits, un bon nombre d'entreprises ayant un impact négatif sur l'environnement tente de vanter les bienfaits environnementaux de leurs produits comme argument de vente.

Or, il s'avère que soit l'impact positif du produit en question est minime ou inexistant, soit l'entreprise vantée comme engagée dans le développement durable est reconnue comme problématique d'un point de vue environnemental.

Orano, grande multinationale, intervient à toutes les étapes du cycle du combustible nucléaire. L'industrie nucléaire, au même titre que n'importe quelle autre industrie, est polluante à bien des égards.

Orano est consciente de la préoccupation grandissante des citoyens vis à vis des questions environnementales. Pour redorer son image et rehausser son acceptabilité sociale, l'entreprise s'est lancée dans une large campagne publicitaire vantant les mérites du nucléaire sur le climat et sur l'environnement.

Cette technique publicitaire est problématique car il s'agit d'une forme de pratique commerciale trompeuse.

Dans un avis n° ORANO – 822/22, le Jury de Déontologie Publicitaire a reconnu comme partiellement fondée la plainte déposée par le Réseau "Sortir du nucléaire" à l'encontre de la publicité « *Surprenez-vous, rejoignez-nous !* » :

« Le Jury constate que cette publicité met en exergue la capacité d'Orano à recycler les sous-produits de la combustion nucléaire afin de produire de nouvelles unités de combustible. Il est ainsi affirmé que « Rien ne se perd, tout se transforme, comme dit l'adage nucléaire », que « Aujourd'hui, nous sommes déjà capables de réutiliser 96 % des matières recyclables d'un combustible qui à la base est complètement usé » et que l'objectif est de faire encore mieux afin de relever les « grands challenges de l'économie circulaire ».

Le Jury observe qu'il est constant que la combustion nucléaire produit, à hauteur de 4 % du volume initial de combustibles usés, des déchets non réutilisés faisant l'objet d'un stockage souterrain sous la supervision de l'ANDRA, et à hauteur de 96 %, des sous-produits considérés comme des matières nucléaires susceptibles d'être réutilisées afin de produire de nouveau du combustible. Sur ces 96 %, 1 % correspond au plutonium effectivement retraité sur le site de Melox de l'entreprise et réutilisé pour produire le combustible dénommé Mox, et 95 %, qualifiés d'« uranium de retraitement » (URT), sont entreposés sur un site dans la Drôme dans l'attente de leur éventuelle valorisation. Ces URT ont fait l'objet d'un recyclage

effectif par EDF entre 1994 et 2013. EDF a décidé de relancer récemment une filière de retraitement robuste des URT qui n'est pas encore opérationnelle.

Le Jury constate qu'Orano ne dispose pas, à l'heure actuelle, des moyens techniques de réutiliser les URT, selon les indications qu'elle a elle-même fournies en séance et qui sont confirmées par son site internet (lequel indique que « il ne dispose pas des équipements pour assurer la phase préliminaire de conversion »). De fait, seuls des opérateurs étrangers, en particulier russes, sont en capacité de procéder à ces opérations d'amont nécessaires au recyclage.

A supposer même que l'expression « nous sommes déjà capables... » utilisée par la publicité puisse être regardée comme incluant ces opérateurs étrangers, considérés comme des sous-traitants d'Orano (et non comme de simples acquéreurs d'URT), alors que la publicité a pour objet le recrutement de salariés par Orano et non par des opérateurs tiers, le Jury constate, en tout état de cause, que celle-ci ne permet pas de comprendre que la capacité de réutilisation dont se prévaut l'annonceur est, en l'état, théorique, et ne correspond pas à la proportion des sous-produits effectivement recyclés par ses soins, qui est de 1 % seulement, ainsi que le Jury l'avait relevé dans son avis n° 625/20 du 6 mars 2020. Compte tenu des proportions en jeu, une telle approximation, qui aurait pu être aisément levée en précisant que seul 1 % du combustible usé est effectivement réutilisé à l'heure actuelle, est de nature à induire en erreur le public sur la réalité de l'ampleur du recyclage nucléaire auquel procède l'annonceur. Elle est renforcée par l'allusion à la formule de Lavoisier (« rien ne se perd, tout se transforme »), présentée comme un « adage nucléaire », et par la référence à l'économie circulaire, qui donne le sentiment qu'à l'heure actuelle, l'essentiel des sous-produits de la combustion nucléaire seraient effectivement recyclés. Le Jury relève au surplus qu'il n'est pas contesté que le 1 % de combustible usagé qui est converti en Mox ne l'est qu'une seule fois.

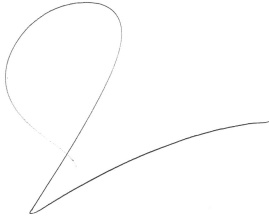
Enfin, la publicité, partant de l'idée que le recyclage des 96 % est déjà acquis, insiste sur le fait que les recrutements qu'elle entend susciter visent à porter cette proportion au-delà. Or il ne ressort pas des observations de l'annonceur qu'il aurait entrepris de façon sérieuse des recherches ou lancé des projets en vue de recycler les sous-produits qui alimentent actuellement le stock de déchets radioactifs (les 4 %), alors surtout que le stock d'URT qui s'est accumulé au fil des ans (à raison d'environ 1000 tonnes par an) apparaît déjà considérable et qu'Orano fait d'une volonté d'EDF de l'exploiter à partir de 2023 seulement. Lors de la séance, l'annonceur a ainsi précisé que les programmes de recherche étaient pilotés par les opérateurs de réacteurs, et elle n'a fait état que de manière très allusive de sa propre « contribution » à ces programmes.

Dans ces conditions, et alors que la sensibilité du sujet appelle une particulière rigueur dans l'expression, le Jury est d'avis que cette seconde publicité présente de façon tendancieuse l'état et les perspectives de l'activité de recyclage des sous-produits de la combustion nucléaire et qu'elle est donc de nature à induire en erreur le public. Elle est, par suite, contraire aux règles déontologiques précitées. » (PIÈCE N°3, pages 16 et 17, souligné par nous)

Ainsi, la publicité « Surprenez-vous, rejoignez-vous » relative à l'économie circulaire repose sur des allégations de nature à induire en erreur portant sur la portée des engagements de l'annonceur, Orano, en matière de recyclage des sous-produits de la combustion nucléaire.

Par conséquent, cette publicité d'Orano constitue une pratique commerciale trompeuse au sens de l'article L. 121-2 du Code de la consommation.

Pour le Réseau "Sortir du nucléaire",
Damien Renault, administrateur référent juridique



Contact :

Réseau "Sortir du nucléaire" / Marie Frachisse
9 rue Dumenge, 69317 Lyon Cedex 04, France

Tél. +33 (0)7 62 58 01 23

marie.frachisse@sortirdunucleaire.fr